

Cámara de Representantes
Secretaría

XLIX Legislatura

DEPARTAMENTO
PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 1200 de 2022

S/C	Comisión Especial de Frontera con la República Argentina

CÁMARA DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL URUGUAY

MINISTERIO DE TURISMO

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 14 de diciembre de 2022

(Sin corregir)

Preside: Señora Representante Cecilia Bottino Fiuri.

Miembros: Señores Representantes Rodrigo Albernaz Pereira, Manuel Cáceres, Liliana Beatriz Chevalier, Luis De León, María Fajardo Rieiro, Álvaro Lima, Eduardo Lorenzo Parodi, Martín Melazzi, Aníbal Méndez, Ricardo Molinelli, Nancy Núñez Soler y Nibia Reisch.

Invitados: Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay: señor Julio César Lestido, Presidente y economista Ana Laura Fernández, Jefa del Departamento de Estudios Económicos y Comercio Exterior.

Ministerio de Turismo: señor Ministro Tabaré Viera, señora Angelina Ríos y señor Kim Gómez, asesores.

Secretario: Señor Guillermo Geronés.

Prosecretaria: Señora Dinora Cardozo.

=====II=====

SEÑORA PRESIDENTA (Cecilia Bottino Fiuri).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión da la bienvenida a la delegación de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay, integrada por su presidente, señor Julio César Lestido y la jefa del Departamento de Estudios Económicos y Comercio Exterior, economista Ana Laura Fernández. Les agradecemos por su concurrencia en el día de hoy.

Como sabrán, nosotros estamos trabajando sobre el tema diferencia cambiaria con Argentina. Sabemos que ustedes también han estudiado el tema y que han hecho alguna presentación. Nos gustaría que expusieran ante la Comisión lo que han observado y el estudio que han realizado al respecto.

SEÑOR LESTIDO (Julio César).- Muy buenos días y muchas gracias por la invitación.

Para la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay es un gusto estar acá y comentarles lo que hemos vivido en este tiempo con respecto a la situación que se está dando en la frontera.

Quiero comentarles que nosotros, dentro de nuestra actividad gremial, tenemos asociados a todos los centros comerciales e industriales del país, y hacemos visitas diarias o mensuales para ver cómo está la actividad. En este caso, la semana pasada estuvimos recorriendo los departamentos de Salto, Paysandú y Río Negro. En Río Negro nos concentramos básicamente en Young.

De la última visita podemos decir que la situación de la frontera sigue siendo compleja, que no ha variado mucho. En lo que tiene que ver con el volumen de ventas -así nos lo han manifestado- ha caído alrededor de un 40 %, y el comercio se está viendo muy afectado. Evidentemente -como aquí ya se mencionó y no es algo nuevo para la Comisión- esto se debe a la diferencia de precios que estamos viviendo con Argentina.

Nos comentaban que el trasiego de personas desde Uruguay hacia Argentina en los últimos meses ha ido aumentando. Tanto es así que, por ejemplo, en Salto, en el último mes, 168.000 personas cruzaron al lado argentino. Cuando llegamos a Paysandú nos dijeron: "Es como que agarraras a Paysandú entero, lo levantaras y lo pusieras en el lado argentino".

La situación es compleja, pero también somos muy conscientes de que no es de fácil solución y que tal vez no haya una solución. Creo que a esta altura del partido lo que hay que hacer es tratar de buscar medidas que puedan mitigar el tema; lo que vemos es que no se va a solucionar, y no sabemos cuánto tiempo va a durar.

En la visita nos comentaban que las medidas que hay hasta ahora son buenas, son bienvenidas, pero que habría que buscar algunas que, de alguna manera, lleguen al consumidor final y lo desestimulen a cruzar. Eso es muy difícil, porque hoy ya se está dando no solamente la compra de bienes sino de servicios. Nos comentaban que la gente va a distintos servicios, desde la peluquería al oculista, a un dentista, a una cantidad de cosas que hacen muy difícil mantener el comercio activo en los departamentos fronterizo. Reitero que ellos manifestaban -y nosotros concordábamos con ellos- que hay que buscar algún mecanismo que desestimule al consumidor a viajar al lado argentino.

También nos decían que cruzar el puente lleva un tiempo, más o menos tienen dos o tres horas de espera entre que hacen los trámites, van y viene, pero el atractivo es tan grande que justifica hacer eso.

Concretamente, en el departamento de Salto nos hablaron de la posibilidad de buscar algún mecanismo que permita bajar el Imesi en los combustibles -que hoy está en el 30 %- en un 40 %. Sé que el Centro Comercial de Salto -que es un centro comercial muy activo y que ha trabajado mucho en este tema- estaba manteniendo conversaciones con los distintos agentes del Poder Ejecutivo para ver si era viable. También nos manifestaron -no tenemos el resultado- que antes de ayer habían tenido algunas reuniones con el Banco de la República para buscar algún mecanismo de pago que permitiera incentivar de alguna forma o atraer al consumidor.

Nosotros estamos viviendo una situación -reitero- difícil. Además, entendemos que va a complicar lo que puede ser el turismo en esta temporada. O sea, que el comercio no solamente está impactando en la zona litoral, sino en todo el país.

También estamos viendo el ingreso de mercadería ilegal, que está llegando a cifras importantes y está compitiendo con lo legal o con lo que está marcando en el mercado nacional. Evidentemente, esto está generando en las fronteras niveles de informalismo que son altos. En definitiva, al final del día el informalismo termina perjudicando al trabajador, y llegamos a niveles de desocupación en algunos departamentos que -no recuerdo bien las cifras- está arrimándose al 14 %.

¿Qué es lo que pasa? No es que la gente deja de trabajar; algunos comercios cierran su actividad legítima o lícita y se pasan al informalismo. La persona tiene que seguir consumiendo, la persona tiene que seguir trabajando, pero lo hace de otra manera, porque es la mejor manera que puede sobrevivir en este momento. Entonces, no solamente le está pasando al ciudadano, sino también al comerciante. Es una situación difícil.

Le voy a pedir a la economista Ana Laura Fernández, que tiene más información, ya que ella ha sido responsable de un estudio que ha confeccionado la Cámara de Comercio, que les pueda brindar algunas cifras y, por supuesto, estamos a las órdenes para cualquier pregunta.

SEÑORA FERNÁNDEZ (Ana Laura).- Buenos días para todos.

Simplemente quiero compartir -seguramente muchos de ustedes manejen este tipo de información- el seguimiento que nosotros realizamos desde la Cámara de Comercio con relación al análisis de las diferentes cifras que hoy están disponibles, que dan cuenta de esta situación que planteaba el presidente Lestido.

En lo que tiene que ver con la diferencia de precios, como todos sabemos, esto dejó de ser algo coyuntural para ser algo estructural y permanente en el tiempo. Por lo menos en el mediano plazo uno no debería esperar un cambio brusco de esta situación, por eso la necesidad de pensar en estrategias y medidas, porque esta situación tiende a perdurar en el tiempo. Alguno de los indicadores es la diferencia de precios. En el caso con Argentina, más del 50 % en lo que es el tipo de cambio real; una de las diferencias de precios de las más altas en los últimos veinte años.

Ustedes, seguramente conocen en profundidad lo que tiene que ver con el indicar de precios fronterizos que se desarrolla en el departamento de Salto. Según el último dato de noviembre, Salto está un 122 % más caro que Concordia y, como vamos a ver más adelante, hay algunos productos o grupos de productos en particular, como los de cuidado personal, alimentos y bebidas, que son canastas de productos donde la diferencia de precio son más altas. Lo mismo ocurre con relación a los servicios, tal como planteaba el presidente.

En el caso concreto de las comidas fuera del hogar, podemos decir que las diferencias de precios están por encima del 160 %. Entonces, en ese sentido, es claro que los incentivos para los consumidores, para correr a su consumo en el país vecino, son muy altos. Eso también lo vemos en los datos de las cifras de turismo que tenemos del último trimestre. Cuando uno compara el tercer trimestre de 2019, es decir, la realidad prepandemia, una realidad relativamente normal, con el tercer trimestre de 2022, puede observar que la cantidad de viajeros a Argentina se incrementó casi en un 64 %. Y cuando refiere a gastos -no solamente cuántas personas realizan turismo en el país vecino, sino cuánto gastan-, el incremento del gasto en pesos constantes llegó a ser casi un 50 %.

Hoy estamos hablando de lo que ocurre en el caso de Argentina, pero en la frontera con Brasil esta realidad es bastante similar.

Algo que también planteaba el presidente son los efectos que esto tiene en términos de mercado de trabajo, de generación de empleo, no solamente en términos de cantidad sino también de calidad. Como veíamos, en el caso de Río Negro, la última tasa de desempleo en el trimestre agosto- octubre está en un 13,4 %, cuando la tasa a nivel país es de un 7,8 %. Salto y Paysandú siguen esta tabla con un 12,5 % y un 11,1 %, respectivamente. Como decíamos, esto se da no solamente en términos de cantidad, sino de calidad, y ahí también surgen estos departamentos con tasas de informalismo sensiblemente por encima de lo que es la realidad del país, que hoy, en promedio, está en un 20 %. En el caso de Salto, por ejemplo, tenemos una tasa de informalismo del 31,6 %.

Otro dato que también seguimos de cerca refiere al monitor de Scantech, que tiene que ver con las ventas a minoristas en los minimercados o supermercados. Los últimos registros confirman esta realidad de baja en la actividad, y claramente Salto y Paysandú sobresalen en esta lista, con una caída, desde enero a octubre, del 14 % frente a una realidad global, que es una caída del 5 %. O sea que se destaca allí la caída de las ventas en lo que es la situación en frontera.

Como planteaba el presidente Lestido, esta realidad hoy no solamente afecta -y claramente con un mayor impacto- a los departamentos de frontera, sino a nivel país. En ese sentido, relevamos nuestra encuesta de actividades sector comercio y servicios a nivel país, a nivel nacional. Los datos del tercer trimestre dan una situación de relativo estancamiento frente a un escenario de caída en el segundo trimestre del año, pero se destaca esto que veíamos, es decir, algunos rubros que se ven mayormente impactados por esta realidad, como es el sector cuidado personal, que en este trimestre cayó más de un 7 % y, a su vez, enfrenta tres sucesivos trimestres de caída en su actividad. Minimercados también está cayendo casi un 6 %. Este también es un tema que nosotros trabajamos en la Cámara de Comercio, en lo que tiene que ver con el control del contrabando, el informalismo, y la venta ambulante.

Nosotros tenemos una Comisión de Informalismo con la cual trabajamos en forma coordinada, en particular, con la Aduana, con el director nacional de Aduanas y con su equipo de contralor y, en el caso concreto de Montevideo, también con la Intendencia de Montevideo, en el control de esa mercadería que ingresa al país en forma ilegal y su venta en las principales avenidas de las zonas comerciales.

Tuvimos una importante reunión en el mes de julio, donde invitamos a las autoridades a nuestra Cámara y a las diferentes gremiales sectoriales impactadas por esta realidad, y semanas atrás tuvimos una reunión similar en la Dirección Nacional de Aduanas, de cara a las fiestas tradicionales, claramente un momento de zafra muy importante para el sector comercial. Claramente las empresas se ven preocupadas por

cómo se incrementa la venta informal en las principales avenidas, pero también en lo que tiene que ver con los canales digitales de mercadería que ingresa al país, de contrabando, en estos casos de frontera.

Es un poco para comentarles la realidad económica y los datos que nosotros seguimos desde la Cámara y que tuvimos la oportunidad de compartirlos en el Encuentro Nacional que se realizó en Fray Bentos el mes pasado.

Hay otros puntos a resaltar. Desde la Cámara de Comercio también hacemos un seguimiento de los diferentes proyectos de ley y demás que están a estudio del Parlamento, y algunas interrogantes que se generan en estos espacios de intercambio que mantenemos, tanto con las gremiales como con sus empresas.

Cuando uno habla del tratamiento diferencial tributario, ¿hasta qué punto es sostenible en el tiempo este tratamiento diferencial? Cuando uno dice que es por zonas geográficas, por departamentos, ¿cómo se define la zona fronteriza? ¿Cómo movemos ese problema hacia adentro de país? ¿Dónde se define esa zona? Ahí también hay un proceso de discusión y diferentes posiciones. Lo mismo ocurre si esto genera incentivos o reclamos similares en otras áreas o en otros sectores, otras realidades que se puedan ver afectadas por la situación económica, y puede haber reclamos o solicitudes en ese sentido. Entonces, ¿cómo responder a todas estas solicitudes?

Otra de las opciones es no hacer nada, o sea, esto que veíamos, la realidad de la calidad del mercado de trabajo. ¿Qué pasa con la situación socioeconómica, con la sociedad, con la población de esas zonas geográficas, y también ese *trade off*, es decir, una pérdida de recaudación o, por otro lado, una fuga del consumo, un trato diferencial hacia diferentes sectores? Siempre está sobre la mesa el tema del cero kilo, si es viable o no en estas realidades de frontera.

Hay otros temas que están sobre la mesa, en algunos proyectos de ley, como el sistema de simplificación de importaciones. En ese sentido, la Cámara de Comercio ha sido crítica en si es una forma de legalizar el contrabando o no, si debería irse por ese camino o no.

Esta es la realidad que analizamos desde la Cámara de Comercio y también pensando para el 2023. Cuando proyectamos qué va a pasar en el sector comercio y en los servicios, podemos decir que hoy la realidad del sector comercio es compleja en el sentido de lo que es el mercado de trabajo y el poder de compra. Todos sabemos que, en el caso del mercado de trabajo, están atravesando una fase de enfriamiento y, en el caso del salario real, una pérdida del salario real.

Estamos atravesando escenarios inflacionarios no con tantas presiones inflacionarias, o sea, unos niveles menores en términos de inflación y próximas negociaciones salariales; si bien puede haber un proceso de recuperación salarial, sin embargo, el principal problema o la principal amenaza que vemos para el próximo año, en lo que tiene que ver con el resultado del sector comercio, refiere justamente a este diferencial de precios que impacta en el corrimiento del consumo, en el ingreso de mercadería de contrabando, y también en lo relacionado con el movimiento de las personas asociadas al turismo. Entonces, para nosotros es una realidad que impacta en la frontera, pero también a nivel global en lo que tiene que ver con el sector comercio y servicios, pero también en la economía en general.

Esto es lo que quería compartir con ustedes.

SEÑORA PRESIDENTA.- Muchísimas gracias por el informe tan completo.

SEÑOR REPRESENTANTE LORENZO PARODI (Eduardo).- Buenos días y muchas gracias por los aportes.

Es un grano más que confirma toda la realidad que hemos sondeado a lo largo de las fronteras y, como hemos dicho más de una vez, ya no es problema de una ciudad, es un problema de un departamento, y la economista ha dicho que ya es un problema nacional.

Yo voy a hacer una sola pregunta; quizás ustedes me la pueden contestar. Lo que yo no acabo de entender es cómo un mismo producto, de un lado y del otro, tengan tanta variación y no se justifica solo con el atraso del cambio o la forma de cotizarlo. La misma pasta de dientes de 150 gramos de la marca que ustedes quieran tiene una diferencia abrumadora.

En algún momento planteamos una idea -y se trabajó en ella- de una microimportación para tratar de subsanar esos problemas, pero nos encontramos con las dificultades de las inspecciones de salud, con todo el trámite burocrático para ingresar al país, el LATU, y también el hecho de que estaríamos haciendo competencia a los comerciantes importadores de este producto, pero no sabemos si esa diferencia -que estamos seguros de que no es solo por el problema cambiario- se debe a que pasa por muchas manos, hay muchos intermediarios y cada uno tiene su costo, o podríamos buscar una solución por ese lado, tratando de acotar las ganancias de los importadores, disminuir los precios a la venta al público y, esa sería -como bien se dijo- otra forma de mitigar la problemática. Sabemos que no la vamos a solucionar; una diferencia de tres a uno, de cuatro a uno, es imposible de solucionar, pero sí la podemos mitigar, y esta Comisión ha pasado todo este año tratando de buscar las mitigaciones para hacer menos atractivo ir hacia el otro lado para comprar.

No sé si fue clara la pregunta o se la reitero.

SEÑOR LESTIDO (Julio César).- Es muy clara la pregunta.

Ahí entran a jugar algunas reglas de mercado y políticas de empresas que evidentemente habría que conversar. También es verdad que a veces pasa que el mismo producto en un lado sale más barato o sensiblemente más barato que en otro, siendo el mismo producto, el mismo tamaño, todo igual. También tenemos que ver -más allá de la intermediación que puede haber, como dice el señor diputado- cuál es el costo que significa introducir ese producto a veces en el país. Ahí es donde tenemos un problema de inspecciones, autorizaciones, controles, todo eso, al final del día, genera un costo en la cadena de costos del producto.

También puede pasar que por las políticas de las empresas, por los distintos mercados y por los volúmenes que significan en los distintos mercados, el precio no sea exactamente el mismo. O sea que cuando yo compro el producto para introducirlo en el Uruguay, el producto viene con un precio, por mi, inclusive distinto al que puedo tener en el mercado doméstico de donde proviene ese producto.

Es un tema para ver, pero en realidad, una de las cosas que puede estar pasando, sin duda, es el costo del producto para introducirlo en el Uruguay. Primero, yo lo voy a estar comprando, tal vez, no al mismo precio que al que se está vendiendo en el mercado interno. Yo lo voy a estar comprando a un precio distinto, y debido a los costos que tengo de importación, más autorizaciones y certificaciones, me va a llegar con un valor diferente. Sin duda, puede estar justificado por eso.

SEÑOR REPRESENTANTE MOLINELLI ROTUNDO (Ricardo).- En primer lugar, quiero agradecer la presencia del presidente de la Cámara Nacional de Comercio y

Servicios del Uruguay y de la asesora económica, porque toda esta información, sin lugar a dudas, es útil para la Comisión.

Pero debemos decir también que este año la Comisión ha trabajado mucho sobre esos mismos temas. Muchos de los datos que nos han dado corroboran la información que ha recogido esta Comisión. Últimamente, ha hecho algo que nos parece que ha sido muy útil, porque la Comisión decidió estar en el territorio, o sea, visitar los departamentos, visitar los centros comerciales de todos los departamentos limítrofes con Argentina, e ir a los pasos de frontera, porque la realidad es tal vez mucho más compleja.

Hay una realidad que es la diferencia de precios, que es una situación económica que es inevitable. No podemos hacer nada, porque esa es la situación de un país y la del otro es totalmente distinta, y la relación de precios es inevitable. Hay medidas paliativas que se han venido planteando como iniciativa del Poder Ejecutivo con leyes que se han aprobado, pero son todas paliativas. Inclusive, la Comisión Especial que integramos ha propuesto resoluciones de la Cámara para tomar medidas con el fin de incentivar el trabajo, ya que el aumento del desempleo es uno de los problemas mayores que tenemos, y ustedes nos dieron las cifras. También ha habido medidas para fomentar el trabajo de jóvenes, de mayores y de discapacitados, dentro de un marco general que el país tiene para promover estos tipos de empleo. Pero vamos a decir la verdad: todas esas medidas son paliativas. La realidad es esta y se han tomado las medidas que han sido posibles.

Nosotros también vemos la realidad en cada uno de los lugares. Queremos destacar que algunas medidas que se quieren tomar como, por ejemplo, enlentecer el tránsito, en cierto sentido es contraproducente, porque el turismo lo tenemos que fomentar. Hoy vamos a recibir al señor ministro de Turismo y no podemos trabar ni dificultar el ingreso de personas, o sea que es muy complicado.

Inclusive, hoy vimos una declaración que hizo el director nacional de Aduanas, que se ha difundido mucho de que se está endenteciendo el trámite, justamente para no incentivar, para desmotivar el traslado de esas personas. Eso tiene dos caras de la moneda. Por un lado, esto de evitar tanto traslado pero, por otro, tampoco podemos complicar, porque hay gente que tiene que trasladarse por otros motivos. El incentivo mayor será la diferencia de precios, pero hay otros motivos por los cuales la gente también tiene que cruzar, y el cruce es libre. Es un tema complejo.

En cuanto a las cifras que dio el presidente, habló de 168.000 personas que cruzaron en Salto en un mes. Creo que escuché esa cifra. ¿Eso se refiere a lo que va del año?, porque mensualmente no puede ser.

SEÑOR LESTIDO (Julio César).- Mensualmente.

SEÑOR REPRESENTANTE MOLINELLI ROTUNDO (Ricardo).- No; mensualmente no puede ser. Nosotros tenemos las cifras que nos dan los centros comerciales y creo que son 30.000 por mes en Paysandú, que era el que tenía más tránsito.

Simplemente, quisiera una aclaración sobre esa cifra de 168.000 personas, que no pueden ser mensuales.

(Diálogos)

——Nosotros tenemos una cifra distinta, dada por los propios centros comerciales.

Eso lo vamos a rectificar. Creo que es importante tener cifras exactas sobre eso; no podemos estar con cifras distintas. Eso lo deberíamos ver bien, porque es un tema importante.

Lo que más nos preocupa es el crecimiento de la tasa de desempleo y también de la informalidad. Creo que es importante que la Comisión siga trabajando en este tema. Pero me gustaría, presidenta, corroborar esas cifras de tránsito mensual de personas en cada departamento.

SEÑORA PRESIDENTA.- Vamos a hacer una ronda de preguntas, así agilizamos la consulta, por el escaso tiempo que tenemos.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Quiero agradecer al señor Lestido, presidente de la Cámara Nacional de Comercio y a la asesora, economista.

Como bien decían los señores legisladores, nosotros también estuvimos de recorrida por los departamentos que tienen pasos de frontera como Salto, Paysandú, Colonia, Río Negro y Soriano, y sin duda que el nivel de informalismo, que ya existía anteriormente, ha ido aumentando de forma exponencial.

Por supuesto que hay sectores del área comercial y de servicios que se han visto más perjudicados, sobre todo lo que es alimento, tabaco, bebidas alcohólicas, las farmacias, servicios, servicios de salud, sin duda que es una gran preocupación. Pero también hay ciertas realidades que nos preocupan, y por ahí va la consulta.

No sé si la Cámara de Comercio está pensando en algún tipo de campaña de concientización del daño que se está generando, especialmente a los comercios y, sobre todo, las pérdidas de fuentes laborales que después tanto reclamamos cada uno de nosotros. ¿Por qué lo digo? Porque especialmente en Soriano, que está a muy pocos kilómetros de la cabecera del puente San Martín, los que cruzan a Gualeguaychú especialmente, no lo hacen en la motito ni a pie, sino en vehículos que sin duda uno percibe que tienen una capacidad económica como para tratar de hacer un esfuerzo y minimizar las compras del otro lado, de los hermanos argentinos. Por eso creo que ir por la línea de una campaña de concientización de lo importante que es comprar acá, del esfuerzo que hace el trabajador pagando los impuestos, porque no nos podemos engañar. Tenemos que ser conscientes que, salvo el Centro Comercial e Industrial de Soriano en una oportunidad que dijo que no, los demás centros comerciales no le dieron el visto bueno al cero kilo -no es que lo esté compartiendo, pero no le dieron el visto bueno-, y también tenemos que decir que existen ferias que básicamente se nutren de los productos que ingresan de la República Argentina. Es una modalidad de vida que es aceptada por los municipios. No estoy en contra, pero es una realidad. Especialmente en Salto, el *bagashopping* básicamente se nutre de productos que vienen de la República Argentina. Ahí hay miles de familias que están trabajando. Es una realidad y nos sensibilizamos con el tema, pero también lo que ponemos en discusión muchas veces es qué es realmente lo que nos preocupa: ¿doña María, que cruza al otro lado, o el contrabando que ingresa a nuestro país y que después permea a lo largo y ancho de la República Oriental del Uruguay? Yo creo que también ahí tenemos ciertas fallas que tenemos que mejorar, pero lo que les quería consultar es si les parece bien llevar adelante una campaña de concientización y si es que la Cámara Nacional de Comercio estaría afín de sumarse a dicha campaña.

SEÑOR REPRESENTANTE CÁCERES (Manuel).- La pregunta es muy simple.

Quisiera saber el conjunto de factores que estarían incidiendo en esta situación. Quizás se me pasó desapercibido. Quisiera saber qué incidencia puede tener en este contexto la pérdida de poder adquisitivo de los trabajadores y los empleados, ya sean privados o del Estado.

SEÑORA REPRESENTANTE FAJARDO RIEIRO (María).- Buenos días y muchas gracias por estar y tratar de colaborar con nosotros.

Simplemente quiero tirar una información que todos sabemos. Si en algún momento se va a hacer alguna campaña para desestimar la compra del lado argentino, que esa campaña sea direccionada también a gente que económicamente no está tan mal. El que cruza a Argentina no es el pobre de la moto; el que cruza a Argentina es el que a veces menos necesita; lamentablemente esa así. Entonces, cuando se haga una campaña hay que saber a qué tipo de público va direccionada. Ustedes tienen técnicos y saben, pero la realidad es esa.

SEÑORA REPRESENTANTE NÚÑEZ SOLER (Nancy).- Agradezco la presencia de ustedes y quiero complementar un poco la campaña de concientización que hablaban. Me parece que tiene que ser hacia dos lados. En todas las oportunidades que he podido, he manifestado que el comerciante también tiene que lograr la empatía del ciudadano, y no lo ha logrado en parte, porque cuando las posibilidades son al revés, cuando en la frontera no se pudo cruzar, los precios subieron excesivamente.

Entonces, me parece que la campaña tiene que ir hacia los dos lados, tanto hacia el que consume como hacia el comerciante, y entender que tiene que lograr esa empatía con quien va a consumir, porque no lo pueden hacer en forma obligada, tiene que conquistarse al comprador. Entonces, el comerciante también tiene su cuota parte de responsabilidad en esto, y me parece que cada uno tiene que asumir sus responsabilidades.

SEÑOR LESTIDO (Julio César).- Tratando de contestar las dos primeras preguntas, comparto con el señor diputado que, lamentablemente, no hay un remedio que solucione este tema, sino que hay que mitigarlo, y esto es como el efecto dominó, si yo toco una pieza, tengo que ver cómo repercute en las demás piezas, en los demás sectores de la actividad económica del país. Es un tema muy complejo.

Yo quedé tan asombrado como el señor diputado cuando en Salto me dijeron que en el mes pasado habían cruzado 168.000 personas.

(Interrupción del señor representante Ricardo Molinelli Rotundo)

——Sí, en el mes. Además, venían de 30.000 personas el mes anterior, y llegaron a 168.000. Solo en Salto, y mire que pregunté dos veces, porque yo quedé tan helado como el diputado Molinelli. Eso fue en la mañana en Salto, y en la tarde voy a Paysandú, y me dijeron que habían sido 105.000 las personas que cruzaron el mes pasado. Literalmente; es como que se agarrara a Paysandú y lo pusieran del lado argentino. Yo quedé tan asombrado e impactado como el señor diputado.

Entiendo que lo que hay que hacer es buscar medidas que puedan mitigar eso. Lamentablemente, no hay una solución de fondo o, por lo menos nosotros entendemos que no la hay, pero sí que debemos mitigarlo.

El otro tema del que estaban hablando es de la conciencia. Lo que dijo el señor diputado es como si me hubiera escuchado decirlo en Salto cuando lo planteé. Hay que generar conciencia, y cada uruguayo debe tener conciencia de que cada vez que cruza el puente puede estar afectando el trabajo de un familiar. Es tan fuerte la realidad que está pasando del otro lado, que generar conciencia va a llevar tiempo, porque la conciencia no se cambia de la noche a la mañana. Lamentablemente, hay que hacer una campaña de concientización; hay que trabajar profundamente. Es una de las acciones que hay que tomar, y explicar qué es lo que está pasando: que esa persona, el familiar o quien sea, tiene que cerrar su comercio o se puede quedar sin trabajo, y es una de las medidas que hay que tomar, sin duda.

Con respecto a lo que decía la señora diputada también. Yo soy liberal, y creo que el mercado liberal es lo que mejor se regula. Si yo vendo más caro que usted, usted no me va a venir a comprar a mí. Entonces, creo que todos nosotros, los comerciantes, podemos tener un límite o hasta hacernos, si se quiere, los vivos -por decirlo de alguna manera- hasta cierto punto; después es una medida contraproducente. Así que creo que es un tema que hay que tomar en cuenta la conciencia de hablar entre todos, pero creo que no hay nadie más interesado que el comerciante que cuidar a su clientela y cuidar su comercio, y la mejor manera de que eso pase es que tenga una política de precios que sea atractiva para que su cliente ingrese a su local. O sea, que ahí debería y tiene que haber una autorregulación, que el propio mercado lo va a regular.

Si yo vendo algo más caro que lo que vende usted, y si no le justifico el valor agregado para que marque esa diferencia entre lo que usted vende y yo vendo, seguramente yo no voy a vender. Creo que eso se puede autorregular, pero la concientización es fundamental, es muy importante, es un trabajo que hay que hacer.

Otra cosa que es muy importante, recorriendo los distintos departamentos -y acá la Comisión de Frontera del litoral oeste, mencionando, asimismo, algo del este-, vemos que la problemática es muy generalizada, pero también es particular en cada departamento. Hay un problema general, pero cada departamento tiene una idiosincrasia diferente. De repente proponemos: "vamos con esta medida", y nos dicen: "no, mirá que acá esto tan así, no es y tú no vengas con esta política, porque si querés implementar esto, acá no va a caminar, y es distinto tener una ciudad con una frontera de un río a tener una frontera con una calle". Eso lo aprendimos recorriendo el país y lo que nos comentan es eso. Entonces, sí hay un problema generalizado, pero -como decía el señor diputado- hay que tener mucho cuidado con las políticas, porque lo que vaya a tocar tengo que ver cómo no repercute y afecta al otro.

También es verdad lo que se mencionaba de lo que pasa en algunos departamentos. Ya el nombre *bagashopping*, es algo que duele.

(Interrupción del señor representante Ricardo Molinelli Rotundo)

——Está instaurado, es una realidad, hoy existe, y es un tema que ya está, pero el concepto, el nombre, es difícil.

SEÑOR REPRESENTANTE CÁCERES (Manuel).- Faltó responder cuál puede ser la incidencia de la pérdida de poder adquisitivo de los salarios en estos últimos tiempos.

SEÑORA FERNÁNDEZ (Ana Laura).- En realidad, la pérdida de poder adquisitivo que se da a nivel global impacta en todo el sector comercio, en la economía a nivel general, en lo que tiene que ver con las decisiones de consumo. Claramente es una variable más que se pone sobre la mesa en este escenario donde el sector comercial atraviesa una fase compleja, o sea es una variable más que incide negativamente en el resultado del sector. Como veíamos, en el mercado de trabajo hay cierto estancamiento, no creciendo como creció en los últimos tiempos, sumado a un salario real que hemos visto que en los últimos años ha registrado una pérdida relativamente importante, producto de diferentes aspectos, uno de ellos las presiones inflacionarias que estuvimos viviendo en los últimos años.

SEÑOR LESTIDO (Julio César).- Tomando en cuenta lo que decía el señor diputado, evidentemente hay una pérdida del salario real, lo hemos manifestado y es de público conocimiento.

No nos olvidemos -hablando del sector que nosotros representamos- de lo que nos tocó vivir en aquellos Consejos de Salarios, cuando se generó el período puente, en un

momento determinado todos tuvimos que optar, porque estuvimos trabajando en conjunto y fue una posición que todos entendíamos que era lo mejor. La decisión fue defender el trabajo ante la posibilidad del salario real. Entonces, creo que estamos saliendo de ese coletazo y estamos trabajando. Hay sectores que se han recuperado y se están recuperando con cifras, inclusive, prepandemia, pero hay sectores que todavía vienen remando. Sin duda, creo que esto tiende a normalizarse, pero sin duda que sí, que ha afectado.

SEÑORA PRESIDENTA.- Agradecemos a la delegación el completo informe y las respuestas a las preguntas de los diputados y diputadas, y quedamos a las órdenes como Comisión para seguir intercambiando sobre estos temas.

Muchísimas gracias.

(Se retira de sala la delegación de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay)

(Ingresan a sala el señor ministro de Turismo y asesores)

——La Comisión da la bienvenida al ministro de Turismo, señor Tabaré Viera y a sus asesores, señora Angelina Ríos y señor Kim Gómez.

Agradecemos la celeridad con la que contestó nuestra invitación para concurrir a esta Comisión.

Son dos las preocupaciones que tenemos y que queremos transmitirle. Una es un planteo que recibimos con respecto al turismo en la recorrida que hicimos por Salto, Paysandú, Río Negro, Soriano y Colonia -fundamentalmente, en Soriano y Colonia-, durante dos semanas. La otra tiene que ver con los hechos particulares que se sucedieron este fin de semana en los puentes de Paysandú- Colón y Fray Bentos-Gualeguaychú con respecto a las demoras; era un fin de semana largo en la República Argentina y, en virtud de la situación que está ocurriendo en estos pasos de frontera -el tránsito vecinal es muy extenso y las colas son muy largas-, se dificultó el pasaje de los turistas. Es un tema que tenemos presente, pero la realidad es que es muy difícil agilizar el pasaje; se nos explicó que por la falta de recursos humanos es difícil tener un pasaje diferencial para los turistas y también habilitar nuevas casetas.

Por estos motivos estamos interesados en hablar con usted, señor ministro, para saber cómo ve el panorama, especialmente ahora que se está acercando la temporada estival. Imagino que la preocupación del Ministerio de Turismo debe de ser la misma que tiene esta Comisión.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Le agradezco a usted, señora presidenta, y a los demás miembros de la Comisión. Es un gusto estar con ustedes tratando estos temas que nos atañen y que son bastante complejos de solucionar por distintas circunstancias.

Por supuesto que nos preocupa mucho la situación que se da algunos días al año -realmente, es una situación puntual que sucede algunos días en el año-: fines de semana; fechas especiales, como las que se aproximan, Navidad o fin de año, o recambio de quincena. El hecho de que se esté incrementando el tránsito común -así como el de carga- y el tránsito vecinal, que es intenso -debido a la situación económica actual-, provoca que se generen verdaderos cuellos de botella.

Obviamente, esto nos preocupa porque es la primera carta de presentación que tenemos con los turistas cuando llegan a nuestro país. Por decirlo de alguna manera, somos los principales interesados, beneficiados o perjudicados, pero no somos los que podemos definir o tomar decisiones; el Ministerio de Turismo no tiene injerencia directa

en esos asuntos. En cambio, sí tiene injerencia el gobierno y, en ese sentido, hemos estado conversando, transmitiendo nuestras preocupaciones y trasladando algunas ideas, con la debida atención de los demás actores.

Como ustedes saben, tenemos pasos de frontera con dos países, aunque, a treinta años del Mercosur, no deberíamos tener control de tránsito de personas. Entiendo que sí lo tengamos con la mercadería -es más dificultoso; hay intereses de por medio, etcétera-, pero considero que para el tránsito de las personas no deberíamos hacer migraciones entre países; por ejemplo, cuando uno viaja a Europa la puede recorrer entera sin siquiera ver una frontera. En definitiva, en estos treinta años, el Mercosur no ha avanzado; ha habido intentos e, inclusive, hay períodos en los que se logra mejorar; existen los centros unificados de migraciones, pero también ha tenido sus vaivenes, ya que una cosa es con Brasil, y otra, con Argentina, así como también difiere si la frontera es terrestre o fluvial. Particularmente, en Colonia se da la situación que desde Argentina no están viniendo los funcionarios de migraciones al control unificado en Uruguay. Por tal motivo, son variables que no dependen solamente de nosotros: tenemos un país enfrente. Además, son varios los organismos que tienen que cumplir distintas funciones.

Hasta este episodio en particular los trancazos en los puentes eran al revés, es decir, se daban del lado argentino, inclusive, los funcionarios uruguayos le brindaron ayuda en alguna oportunidad porque ellos tenían menos funcionarios, sobre todo, cuando había que hacer más trámites por la pandemia; recordemos que en una etapa había que hacer la declaración jurada de salud y había otros controles. En aquella época había trancazos importantes. Ahora, aparentemente, Argentina ha puesto más controles en algunos pasos. En este fin de semana largo fue en el puente de Paysandú- Colón donde se dio el mayor problema. Ni siquiera en el puente de San Martín hubo problemas, donde históricamente ha habido demoras. Ya empieza una época del año donde el puente de Paysandú- Colón sirve de paso para muchos argentinos que se dirigen hacia las playas brasileñas; van hacia la Ruta N° 26, a Tacuarembó, y hacia la Ruta N° 5 -que pasa por mis pagos-, y siguen hacia las playas brasileñas, y son muchos miles, lo que intensifica muchísimo el pasaje allí.

En lo personal, los sanduceros -conocedores y amigos- me insisten en que sería posible hacer dos carriles para separar el tránsito vecinal del tránsito del turismo; personalmente, se lo planteé al ministro de Defensa, por ser la jerarquía a cargo de pasos de frontera, ya que esto concierne no solo a Migraciones y a la Aduana, sino que también a otros organismos porque hay que pensar en obras de infraestructura, en el *layout* de los pasos de frontera, porque la forma en la que están organizados en la actualidad no favorece mucho. Hay obras de infraestructura que hay que hacer; inclusive, hay proyectos en marcha e iniciativas privadas, como el del puente San Martín.

Por otro lado, hay una realidad que todos conocemos: los controles que no solo hace Migraciones, sino también la Dirección Nacional de Aduanas. En momentos en que todos pedimos aceleración se conocen noticias de cargamentos de contrabando por un lado y de drogas, por otro. Es por esto que también comprendo a las autoridades de Aduana los controles que tienen que hacer, y no podemos pedirles que no los hagan. Si mañana cae un narco -uno de estos que nos arma un lío cada tanto-, ¿quiénes serán los responsables?

Es un tema complejo que, obviamente, nos afecta porque no es bueno para el turismo. Es por esto que estamos tan preocupados como ustedes y en contacto permanente con las autoridades del Ministerio del Interior; de la Aduana, y del Ministerio de Defensa, de los pasos de frontera.

Considero que la solución va a venir cuando se cumpla con lo que hace muchos años debió haberse cumplido: los controles unificados y las obras necesarias para poder separar el tránsito de carga del de los automóviles y, si es posible, el tránsito vecinal del tránsito de turistas.

SEÑOR REPRESENTANTE LORENZO PARODI (Eduardo).- Buenos días, señor ministro.

Le voy a plantear una opinión, más que nada personal, que ya he transmitido en alguna reunión de la Comisión.

Veo con inquietud -no con preocupación- que la propaganda que está llevando a cabo el Ministerio de Turismo -lo que vemos por televisión, por lo menos- se basa exclusivamente en las playas del este, desde Colonia hasta Rocha. Sabemos del descuento del IVA para fomentar el turismo interno. Me veo obligado a consultar -un poco por la camiseta- si el resto de los lugares turísticos del interior del país están contemplados en ese plan de propaganda que está llevando a cabo el Ministerio de Turismo.

SEÑORA REPRESENTANTE FAJARDO RIEIRO (María).- Es un placer verlo, ministro.

En primer lugar, quiero decirle que está ante una Comisión en la que no funciona la política partidaria; es decir, tenga plena seguridad de que lo que los diputados estamos hablando y transmitiendo es en consenso, por el bien del país. Todos los partidos hemos logrado trabajar muy bien, en forma articulada.

Días pasados, cuando el diputado Lorenzo nos contaba en el grupo que tenemos de frontera que había 12 kilómetros de cola para pasar, conversé con un amigo que trabaja en la CARU (Comisión Administradora del Río Uruguay) y me explicó lo del pase para el turista. Está muy bien instrumentado -usted hace un tiempo atrás hizo el lanzamiento junto con el ministro José Luis Falero-, pero no hay folletería ni información en el pasaje. Estaría bueno que cuando se llega al primer pasaje del puente se entreguen folletos. Entonces, durante el viaje del puente al peaje la gente ya lo puede ir haciendo por el teléfono, y así se evitaría una doble cola.

Con respecto a las inquietudes referidas al turismo recibidas en Soriano que mencionaba la señora presidenta, y un poco enrabado con lo que decía el diputado Lorenzo, nos gustaría que nos tiraran un salvavidas por el turismo en el departamento. Nos gustaría estar en alguna agenda para mostrar lo mucho que tenemos, porque en pueblos chicos es de a uno que come la gallina, y se llena. Todos estamos en la misma; por eso es que también necesitamos de esa mano tendida.

Gracias, ministro.

SEÑOR REPRESENTANTE MOLINELLI ROTUNDO (Ricardo).- Le agradezco la presencia, ministro, y, como dijo la presidenta, especialmente la celeridad con que respondió a nuestra invitación surgida por algunas demoras muy grandes que hubo en algunos pasos de frontera.

La preocupación que tenemos en esta Comisión Especial de Frontera es, justamente, toda la problemática que ha ocasionado esta realidad tan distinta desde el punto de vista económico, la diferencia de precios tan marcada entre Argentina y Uruguay y, por consiguiente, todos los problemas que se han suscitado en los pasos de frontera. Como decía, esas demoras tan grandes que hubo la semana pasada nos inquietaron. Pero, como decía el ministro, son en días y fechas puntuales que se dificulta mucho más debido a la mayor afluencia.

Nuestra consulta va dirigida, junto con la inquietud del ministro, de qué poder hacer en los pasos de frontera, ya que son distintos -porque la infraestructura de los departamentos es distinta; es distinta la de Fray Bentos- Puerto Unzué que la de Paysandú y seguramente la de Salto también- y, entonces, eso también lo dificulta. El tema es muy complejo y hay muchas instituciones involucradas porque, si bien Defensa tiene la coordinación, también actúa el Ministerio del Interior y el Ministerio de Economía. Por tanto, es muy difícil poder coordinar y solucionar los problemas que tienen todos. Pero la posibilidad que planteó el ministro de tener dos carriles, uno para vecinal y otro turístico, podría ser una solución si la infraestructura lo permite. Ahora bien, por lo que nos decía el ministro, eso fue planteado por la coordinación de los pasos de frontera, que es el Ministerio de Defensa. Lo que nos interesa saber es si hay alguna posibilidad de concretar lo planteado por el ministro: crear carriles diferenciales para el turismo y para el tránsito vecinal. Sabemos que es muy difícil porque depende de Migraciones, de Aduana y de otros ministerios que también tienen controles, y de los pasos de frontera. Sé que la función del Ministerio, en este caso, es solicitarlo, por lo que, lo que nosotros estamos haciendo es trasladar nuestro pedido a otro organismo que tiene una complejidad mucho mayor.

Esta es una Comisión Especial de Fronteras, así que no le vamos a plantear al ministro de Turismo las demás problemáticas que hay en el interior con respecto al turismo, pero sí queríamos hacerlo con este caso específicamente, porque está relacionado con los Pasos de Frontera y, como decía, si bien el Ministerio no tiene competencia directa, es un pedidor calificado -por decirlo de alguna manera- para plantear esa posibilidad.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En cuanto a la publicidad, nosotros tratamos de que la publicidad sea abarcativa. Nuestra modalidad es hacer lanzamientos de campañas publicitarias por temporada, porque la oferta no es igual en invierno que en otoño o en verano; es obvio que depende de la temporada y, claramente, tiene sus variantes. La publicidad también varía dependiendo si es para el turismo interno o para la región, y aun en la región lo dividimos. Por ejemplo, para este verano nos basamos en una canción de Marama, que es muy conocida aquí y en Argentina, pero no así en Brasil, por lo que allí es otra la publicidad. Todo eso conlleva a que, técnicamente, sea la agencia la que defina la campaña; por supuesto que nosotros la aprobamos. Pero, además, la promoción no es solamente la publicidad; a veces, la publicidad es lo más estático que hay después de que se lanza, porque se graba, tiene costo de producción, por lo que su elasticidad es bastante poca.

Nosotros consideramos que el trabajo de todo el año es tan importante como la promoción de la publicidad, es por esto que los invitamos a acompañarnos en lo que tiene que ver con la presentación del país para poder darlo a conocer -así como a toda nuestra oferta turística- en las ferias, exposiciones, *workshops* y rondas de negocios, conjuntamente con el sector privado.

Este trabajo que estamos haciendo en conjunto con la Cámara Uruguaya de Turismo nos viene dando un resultado bien interesante y no solo en las ferias tradicionales de toda la región, como, por ejemplo, la FIT (Feria Internacional de Turismo) en Buenos Aires o la de Gramado, ya que ahora estamos haciendo mucho hincapié en ese mercado brasileño, que es gigantesco. Pero el tipo de trabajo más planificado previamente, con invitaciones y rondas de negocios entre operadores uruguayos y el resto de la región también nos viene dando un muy buen resultado y muchos de los gobiernos departamentales están empezando a acompañarnos, lo cual es muy importante. Esto no es publicidad, pero sí es promoción importante.

Hay distintos tipos de publicidad. Hoy en día, la publicidad programática digital es la más eficiente en varios sentidos, algunos de ellos son porque es la más barata, la que rinde más y la que tiene mayor elasticidad, ya que uno va midiendo exactamente la cantidad de clic; la inteligencia artificial nos permite muchas cosas, y es por esto que llevamos adelante distintas campañas por medio de la publicidad programática, o sea, a través de internet, que es la que con distintas herramientas -como Google, por ejemplo-, nos direcciona y segmenta de acuerdo con el público objetivo; incluso, la podemos ir cambiando porque se analiza día a día -por la cantidad de clic y las respuestas que tiene-, y se puede redireccionar, tanto en lo que queremos transmitir como al público al que se quiere llegar; se puede segmentar en muchos aspectos, dependiendo de la propuesta: región, edad y género.

En ese sentido, tenemos varios mecanismos de participación, y uno de ellos es una herramienta que recién ahora se está empezando a ver sus resultados. Es una plataforma que está en la página del Ministerio, pero que, además, ahora la estamos haciendo correr en esa publicidad programática. Este tipo de publicidad también se encarga de cubrir los espacios vacíos en los periódicos digitales. Es decir, es eso que cuando los abrimos para leer aparece el báner o la publicidad en un lugarcito, y aparecen porque la inteligencia artificial ya estudió los intereses del que está mirando, lo que a veces nos asusta. Si alguna vez buscamos "Uruguay" en nuestro dispositivo electrónico, de repente nos van a empezar a aparecer ofertas de dicho lugar, sin importar si estamos leyendo el diario *O Globo* de Brasil. Esta plataforma que les comento está abierta para que los operadores turísticos registrados legalmente en el Ministerio puedan poner su oferta de forma gratuita y, de esa manera, va apareciendo aleatoriamente toda la oferta nacional, tanto en la página del Ministerio como en esta publicidad analítica, y con un solo clic te lleva a la página del operador, donde automáticamente pueden realizarse las reservas.

La creemos una herramienta muy potente, a pesar de que recién está creciendo; por ahora tenemos unos 300 operadores de los miles que hay. Justamente, en breve tengo una reunión con la agencia para analizar los primeros resultados. Trabajamos mucho con las Intendencias y con las direcciones departamentales. Como ustedes saben, el Ministerio de Turismo es pequeño, tiene una estructura chica y pocos funcionarios, pero mucha incidencia y mucho trabajo. Es por esto que trabajamos mucho con las Cámaras, con el sector privado y con los gobiernos departamentales, particularmente con las direcciones departamentales de turismo.

Hace un tiempo los convocamos para plantearles que definieran estratégicamente cuáles son los productos que más le importa promover al departamento y cuál es el mercado objetivo. Con esa información se ha trabajado en la plataforma para incluir más específicamente la oferta por departamento y por región en las distintas promociones, tanto publicitarias como programáticas. Ya tuvimos la devolución de dicha convocatoria y está claro que una cosa es el litoral con Argentina y otra cosa es el norte; son distintas ofertas con distinto público. Por eso estamos trabajando más técnicamente y tratando de que estén promovidas según la estación y según lo que tienen para ofrecer las distintas regiones del país. No se olviden de que yo también soy de frontera y del interior, o sea que tengo el mismo interés que ustedes.

Con respecto al planteamiento del pase turista, les comento que hay folletos, pero, evidentemente, todavía no son suficientes. Tengo fotos que me han pasado de promotoras que los están repartiendo junto con las instrucciones de cómo acceder al pase turista, que, como ustedes saben, es entrando a telepeaje.com.uy en internet y ahí se registra el vehículo para que, justamente, cuando ingresen en pasos de frontera tengan tiempo de inscribirse hasta llegar al primer peaje y así, automáticamente el

telepeaje se activará por veinticuatro horas, tiempo suficiente para llegar a cualquier parte del país. Una vez que se ubique al turista, tranquilamente puede ir a cualquier red de cobranzas a regularizarlo y, además de ser beneficioso por el factor tiempo, le permitirá acceder a un menor precio que pagando en efectivo.

De todas maneras, tomo nota de lo que me dicen con respecto a incrementar la difusión.

Quizás algún día tenemos que juntarnos todos para la concreción de la creación de los dos carriles. Yo estoy a las órdenes.

SEÑORA PRESIDENTA.- Nos quedan diez minutos, así que vamos a dar la palabra a los tres diputados que pidieron hacer uso de la palabra. Les solicitamos que sean lo más concretos posible en sus preguntas.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- En la misma línea de lo tedioso que se hace para las familias argentinas que vienen a veranear a Uruguay, y más que nada pensando en darles ciertas soluciones -porque todos hemos cruzado alguna vez y hemos visto esas largas filas, y ver a familias que en 4 o 5 kilómetros ni siquiera tienen acceso a un baño- es que sugerimos la colocación de algún baño químico como alternativa a esta espera.

Me alegra de que el tema del telepeaje se haya solucionado, ya que sí era una preocupación. Con la diputada Fajardo decíamos que si era tediosa la espera, aún más tedioso era tener que volver a hacer otra cola para tratar de solucionar este problema.

Creo que es interesante llevar adelante esa encuesta porque, sinceramente, con calores de 40º, con colas de 4 kilómetros, muchas veces se prefiere cambiar el destino. Todos sabemos que los que ingresan a Uruguay posiblemente sean familias con un poder económico más bien alto debido al tipo de cambio y que tienen posibilidades de volar a otros países. Por lo tanto, sería bien interesante tenerlo presente, más que nada porque aquí se estuvo discutiendo el doble carril para los turistas y aquellos que van simplemente por el día.

A modo de propuesta -desconozco si efectivamente existe-, es importante que el Ministerio de Turismo esté en los pasos de frontera, brindando la máxima información posible. Sabemos que no existe la infraestructura necesaria, pero es importante estar presente y brindar toda la oferta posible para veranear no solo en nuestras costas, sino en todos los departamentos del interior del país, que tienen buena oferta para hacer un buen turismo.

Muchas gracias, señora presidenta.

SEÑORA REPRESENTANTE CHEVALIER USUCA (Liliana).- Agradecemos al señor ministro por estar presente.

En primer lugar, quiero decir que recién integro esta Comisión.

En segundo término, soy del departamento de Colonia, y nuestra realidad es diferente a la del resto del litoral, y no lo digo solo porque tenemos un río por medio con Buenos Aires. Digo esto por el mercado que representa. Además, creo que la diferencia la marca la gestión público- privada, que es de las primeras en el país; es del año 1992, anterior a la creación de la Cámara de Turismo del Uruguay, lo que también nos da cierta experiencia.

En tercer lugar, en mi caso soy jubilada de la docencia y daba clases en el área de la Teoría del turismo, en el año 1992, con relación al Ministerio de Turismo, que fue

creado en 1986. Esto lo digo porque siempre me defino como de la prehistoria del Turismo.

Lo que se da en Teoría del turismo es el estudio de mercado, gestión, *marketing*, etcétera, y hay un aspecto que me preocupa. Sé que la situación del litoral siempre estuvo muy vinculada con la de Argentina y las provincias limítrofes, pero, por experiencia, a Colonia -reitero, tenemos nada menos que el mercado de Buenos Aires enfrente- no es la primera vez que le pasa que se dé esta situación con Argentina. Lamentablemente, estamos hablando de economías cíclicas que nos han impactado en otros momentos de forma terrible, y lo que siempre nos ha ayudado a paliar la situación ha sido el mercado interno. Acá va una de las primeras preguntas: ¿qué acciones y medidas se están llevando a cabo desde el Ministerio de Turismo para estimular el mercado y que los uruguayos vayamos a visitar la zona del litoral?

Tengo bien claro -porque lo tuve que estudiar- que en Uruguay las carreras de Turismo son todas de gestión; es gestión pura. Entonces, hay una gran responsabilidad de promoción del lugar de los ejecutivos departamentales, llámese Dirección de Turismo.

El señor ministro mencionó algo respecto a la vinculación con las direcciones departamentales. El litoral es fuertemente estacional; Semana de Turismo e invierno, por lo que son las termas, pero para que los turistas vayan a otros departamentos, por ejemplo, a Río Negro o a Soriano, tengo que vender paquetes que los vinculen con lo que es el atractivo del lugar. La pregunta es si existe algún trabajo regional de promoción interna para visitar el litoral.

O sea, quiero formular dos preguntas. Primero: ¿qué se está haciendo desde el Ministerio de Turismo para promocionar la zona del litoral? Segundo: ¿hay algún trabajo regional que encare el tema para la venta de paquetes? Ahí, obviamente, intervienen públicos y privados.

SEÑORA REPRESENTANTE REISCH (Nibia).- En primer término, quiero dar la bienvenida a Tabaré. Permítanme que me tome este atrevimiento, pero se siente muy bien recibir a un ministro de nuestro partido; hace ocho años que soy diputada y esto me pasó muy pocas veces. Me permito decirlo, aunque esta es una Comisión en la que trabajamos sin colores políticos, pero repito: se siente muy bien.

Como bien lo expresaron, esta Comisión estuvo recorriendo desde Salto hasta Colonia. Por supuesto que las realidades son diferentes. En el departamento de Colonia no tenemos la realidad de los departamentos que tienen presencia de puentes ni departamentos cercanos, como Soriano, que no lo tiene, pero está cercano a las cabeceras. Nuestra realidad está muy vinculada con la problemática del sector turístico, que no es puntual de ahora ni de la pandemia; previamente, veníamos con dificultades. Esto se ha dado por distintas razones: por decisiones del gobierno argentino, que en su momento complicó la venida de turistas, por la pandemia, por la diferencia cambiaria, etcétera. En los últimos años hemos tenido un combo que realmente ha complejizado la situación del turismo. El departamento de Colonia tenía más del 80 % de los turistas procedentes de Argentina. Si bien con la pandemia se hizo un esfuerzo por parte de la Asociación Turística, conjuntamente con la Intendencia y con el Ministerio para incentivar el turismo interno y lo llegamos a multiplicar por tres, ese aumento no fue suficiente para mantener la estructura del turismo en Colonia, básicamente, en la ciudad. Podemos seguir creciendo con el turismo interno, pero no nos alcanza.

En la reunión que tuvimos con la Asociación Turística, nos manifestaban que hay una sensación de recuperación en estos últimos meses, la idea es llegar a lo de 2019; ha cambiado la matriz, lo primero que se reserva son los hoteles de cuatro y cinco estrellas,

o sea, ha cambiado el perfil de quien viene porque el que puede venir es porque el bolsillo se lo permite, con tremenda diferencia cambiaria.

Puntualmente, la preocupación de la Asociación Turística -y se está trabajando para extender la estadía- es que el turismo en Colonia es de un período breve, puesto que no se quedan una semana, diez días o quince días, como en el Este, sino que nuestro turismo es de dos o tres días. Por tanto, nos manifestaban la dificultad que ellos veían, del lado argentino, con respecto a los controles. Cuando se hacían los controles unificados en Colonia, o sea, se hacía la migración Uruguay- Argentina, era todo más fluido. Del lado uruguayo no tenemos problemas en cuanto al ingreso, pero sí cuando se llega a Argentina. Ellos lo ven como algo que puede llegar a desestimular la venida de los argentinos por un período breve a Colonia; ingresas rápidamente, pero sabes que tenés una hora o una hora y media cuando llegás a Argentina, después de haber hecho un par de días de turismo en el departamento o en el país.

La pregunta concreta es si se ha logrado articular -con las autoridades de Cancillería, por ejemplo, o con los pares del lado argentino- la posibilidad de hacer los controles de forma unificada en Colonia. Estamos teniendo récord de turismo; en noviembre -si mal no recuerdo-, pasaron 190.000 personas por el Puerto de Colonia. Tenemos un récord; el Puerto de Colonia es el de mayor ingreso de turistas al país, con 2.400.000, pero tuvimos un récord en noviembre y creo que eso se va a intensificar. La diferencia cambiaria es una realidad que no es coyuntural, pasó a ser estructural, como bien lo decía la delegación anterior.

Repito: sería bueno hacer esos controles unificados que agilizaba mucho y es una forma de contribuir a que el turista se sienta más atraído a venir y no tener que, de regreso, hacer hora y media de cola.

Muchas gracias, señor ministro.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Es una buena idea la del diputado Melazzi: cuánto más se investiga el mercado, mejores decisiones se toman. Hacer una encuesta para ver cuánto afecta esto en cuanto a la decisión del destino es bueno. Hay que ver; la instrumentación no es sencilla, siempre está el tema de la capacidad de hacerlo, pero se podría contratar a encuestadores del otro lado.

Estamos pensando en mejorar la información. En algún punto de la ruta, los argentinos deberían empezar a tener información de cómo está la situación de los puentes. Hasta tanto no se resuelva -que es lo ideal-, me pongo en lugar del turista y si sé que hay horas de demora en Paysandú, hago unos kilómetros más y paso por otro lado. Más que la decisión de cambiar de destino, cambio la ruta. Es lo que pasó este fin de semana; iba recibiendo reportes de Migraciones a cada rato. En los otros pasos de frontera no había problemas, o era sin demoras o diez minutos de cola. Ahí podemos avanzar en un paliativo, que es mejorar la información, que haya carteles electrónicos en el camino, expresando cuánta demora hay de tal lado a tal lado. Creo que por allí podemos mejorar y saber cuánto incide en su decisión, lo que también es importante. Es una buena idea. Los informes turísticos son un tema importante. Si bien el que viene lo hace con decisiones tomadas en cuanto a destinos dentro de Uruguay y a qué tipo de vacaciones va a tomar, darle información, como la de peajes, ofertas turísticas y espectáculos, es importante. La información turística es muy variada. La innovación en turismo, como en todos los sectores, es muy importante. Estamos estudiando la forma porque también tenemos problemas de personal. El Ministerio de Turismo tiene ciento cincuenta funcionarios; a mí me asombró la poca cantidad de gente que tiene.

Obviamente, tenemos que avanzar hacia la información. Hoy, con un código QR tenemos hasta el menú; ya no hay menú escrito. La idea es mejorar la información a través de la tecnología con tótems y pantallas con las que se pueda interactuar. Estamos trabajando en un proyecto de información turística a través de la tecnología.

En cuanto a estimular el mercado interno, por supuesto que le damos particular importancia. El mercado interno demostró que no es poco importante, pese a que somos pocos los uruguayos. Lo demostró la pandemia: lo poco que se sostuvo de la industria fue con el mercado interno; por eso estamos muy interesados en la promoción e insistimos tanto en medidas de beneficio -que finalmente se lograron-, como el IVA tasa cero para los uruguayos. Era un reclamo de la hotelería, pero, por otro lado, creo que es un premio para los uruguayos que descubren el Uruguay y que ahora siguen apostando a sus vacaciones en el país. Se trata de un estímulo en momentos de dificultades en lo que refiere a la competitividad, y el hecho de no pagar IVA implica un buen descuento y un aporte a los sectores o subsectores de la hotelería con mayores dificultades, que era lo que yo le insistía a la ministra de Economía y Finanzas y al gobierno. La hotelería cinco estrellas está funcionando mucho y muy bien.

(Diálogos)

——En lo que refiere a paquetes turísticos, con el programa Turismo para Todos estamos trabajando en algo que en Uruguay no se trabajaba; no hay una tradición de que las agencias que venden paquetes turísticos para la región vendan paquetes turísticos para los uruguayos. Entonces, con el programa Turismo para Todos vamos bastante bien; hay como cuarenta paquetes armados de un día, dos días, tres días, incluso con el turismo social, en el que el Ministerio bonifica a jubilados o beneficiarios del BPS y su acompañante con el 25 % de descuento del costo del paquete. Creo que por allí tenemos para promover mucho, sobre todo, el interior. En general, el turismo que se desarrolló durante la pandemia fue el interno, pero hoy es el turismo interno ligado a la naturaleza, a la producción rural, está trabajando a full. Hay productos innovadores que realmente están trabajando muchísimo.

Y Colonia -felicito a la diputada del departamento- es un muy buen ejemplo de OGD (Organización de Gestión de Destinos); trabajamos de consuno, y uno de los reclamos era el IVA tasa cero, que lo hemos logrado. Estamos por resolver la habilitación de los puertos deportivos y todo el tema con Migraciones; Migraciones, conjuntamente con Prefectura, están resolviendo esto técnicamente para trabajar en conjunto, para que los puertos deportivos como Riachuelo, tengan una solución.

SEÑORA REPRESENTANTE REISCH (Nibia).- Sería bueno que esta Comisión se articulara con todas las demás autoridades. Está bueno tomar nota.

SEÑORA PRESIDENTA.- Muchas gracias, señor ministro.

Se levanta la reunión.

